



Recurso de Profundización

Herramientas de neuromarketing para optimización de marketing digital:

a. iMotions

Explicación: iMotions es una plataforma integral para investigación biométrica que combina múltiples sensores para analizar expresiones faciales, seguimiento ocular, respuesta galvánica de la piel, EEG y más.

Propósito: Permite a los investigadores y marketers obtener insights profundos sobre las respuestas emocionales y cognitivas de los consumidores a diversos estímulos de marketing.

Tutorial: <https://imotions.com/support/document-library/>

Ejemplo: Unilever utilizó iMotions para evaluar las respuestas emocionales de los consumidores a diferentes anuncios de desodorantes, lo que les permitió optimizar sus campañas publicitarias.

Enlace de acceso : <https://imotions.com/>

b. Tobii Pro

Explicación: Tobii Pro ofrece soluciones avanzadas de eye-tracking para investigación académica y comercial, permitiendo un análisis detallado de los patrones de mirada.

Propósito: Ayuda a comprender cómo los consumidores interactúan visualmente con sitios web, aplicaciones, anuncios y productos físicos.

Tutorial: "Cómo realizar un estudio de eye-tracking" (Guía de Tobii Pro)

URL del tutorial: [Tobii Eye Tracking Guide — common eye tracking questions - Tobii](#)

Ejemplo: Google utilizó Tobii Pro para optimizar la interfaz de usuario de su motor de búsqueda, analizando cómo los usuarios escanean los resultados de búsqueda.

Enlace de acceso : <https://www.tobii.com/>

c. Emotiv

Explicación: Emotiv proporciona sistemas de EEG inalámbricos y móviles para medir la actividad cerebral en tiempo real durante la interacción con



Recurso de Profundización

contenido digital.

Propósito: Permite a los marketers entender las respuestas cognitivas y emocionales subconscientes a estímulos de marketing.

Tutorial: "Uso de Emotiv para investigación de neuromarketing" (Video de Emotiv)

URL del tutorial: <https://www.emotiv.com/blog/emotiv-insight-in-neuromarketing-research/>

Ejemplo: Coca-Cola utilizó Emotiv para medir las respuestas cerebrales de los consumidores a diferentes sabores de bebidas, lo que influyó en el desarrollo de nuevos productos.

Enlace de acceso: <https://www.emotiv.com/>

d. Afectiva

Explicación: Afectiva utiliza inteligencia artificial para analizar expresiones faciales y emociones en respuesta a contenido digital, incluyendo anuncios en redes sociales.

Propósito: Ayuda a las marcas a medir y optimizar el impacto emocional de sus campañas publicitarias y contenido digital.

Ejemplo: Mars utilizó Afectiva para analizar las respuestas emocionales a sus anuncios de Snickers, lo que les permitió predecir y mejorar la efectividad de sus campañas.

Enlace de acceso : <https://www.affectiva.com/>

e. Noldus FaceReader

Explicación: FaceReader es un software de análisis facial que detecta y clasifica expresiones emocionales en tiempo real, útil para evaluar reacciones a estrategias de precios y otros estímulos de marketing.

Propósito: Permite a los investigadores y marketers obtener datos objetivos sobre las emociones de los consumidores sin depender de autoinformes subjetivos.

Tutorial: "Introducción a FaceReader para análisis de expresiones faciales" (Video de Noldus)

URL del tutorial: <https://www.noldus.com/facereader/resources>

Ejemplo: Procter & Gamble utilizó FaceReader para evaluar las reacciones emocionales de los consumidores a diferentes estrategias de precios y empaques de productos, lo que influyó en sus decisiones de marketing.



Recurso de Profundización

Enlace de acceso : <https://www.noldus.com/facereader>